

Radio Komunitas sebagai Media Alternatif untuk Pemberdayaan Masyarakat

Sigit Tripambudi

Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

Jl. Babarsari No. 2 Tambak Bayan Yogyakarta, Telp.0274485268

Hp : 081328404510, e-mail : mrsqt_upnyk@yahoo.com

Abstrak

This study aims to describe the role of community radio as an alternative medium of empowerment for local communities. The principle of community media is “of, by, and for the community”. Its main interest is to increase the empowerment of local communities and to improve the quality of life of local community. A qualitative descriptive research method was used. Based on the research findings, the use of community radio was not maximized due to the low enthusiasm of local people in using local media. It was reflected in the role of active listeners in the routine operations of community radio. Community radio actively supported by groups of monitors can only provide the role of empowerment for the citizens of his community. It is active in terms of maintaining the routine broadcasts, exploring the potential and problems faced by citizens of the community, and to find solutions to problems faced by citizens of the community.

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan peran radio komunitas sebagai media alternatif pemberdayaan masyarakat lokal. Prinsip media komunitas adalah “*dari, oleh, dan untuk komunitas*”. Kepentingan utamanya adalah untuk meningkatkan pemberdayaan masyarakat lokal dan dapat membantu meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat lokal. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Menurut hasil penelian, pemanfaatan radio komunitas belum maksimal disebabkan antusiasme masyarakat lokal sendiri yang masih kurang memanfaatkan media lokal. Cerminannya adalah peran aktif kelompok monitor (pendengar aktif) dalam rutinitas operasional radio komunitas. Hanya radio komunitas yang didukung aktif oleh kelompok monitor yang dapat memberikan peran pemberdayaan bagi warga komunitasnya. Aktif dalam hal menjaga rutinitas operasional siaran, menggali potensi, dan masalah yang dihadapi warga komunitas, serta mencari solusi permasalahan yang dihadapi warga komunitas.

Kata kunci: pemberdayaan masyarakat lokal dan radio komunitas

Pendahuluan

Informasi memiliki peran yang penting dalam masyarakat. Melalui informasi segala macam nilai, kebutuhan dan harapan dipertukarkan dalam masyarakat, sehingga terdapat kemajuan diberbagai bidang kehidupan. Dewasa ini, seiring dengan meningkatnya pendidikan dan pengetahuan masyarakat, maka meningkat pula kebutuhan masyarakat akan informasi. Informasi semakin dibutuhkan seperti halnya kebutuhan sehari-hari lainnya. Aktualisasi informasi selalu dibutuhkan untuk mengorganisasikan kebutuhan dan kepentingan masyarakat saat ini.

Salah satu penopang lalu lintas informasi adalah media massa seperti radio, televisi dan surat kabar. Konon media massa terbukti efektif untuk menyebarluaskan informasi-informasi kepada masyarakat. Kemampuan media massa menjangkau khalayak sasaran yang begitu luas dan terpisah-pisah secara geografis membuat media massa ini selalu menjadi pilihan untuk menjadi media informasi bagi masyarakat.

Seiring berkembangnya waktu, media massa telah mengalami pergeseran, yaitu menjadi industri komersial yang mengedepankan profit-profit secara finansial. Ia hanya akan menyiarkan informasi-informasi yang dapat mendatangkan profit tersebut. Hal ini menyebabkan berkurangnya hak publik untuk tahu informasi-informasi yang dibutuhkan dan hak atas akses pemanfaatan media untuk menyampaikan informasi.

Menurut Littlejohn (1999:335), *audience* media massa tidak dapat lagi dipandang sebagai populasi besar yang dapat disatukan oleh pesan media. Kebutuhan *audience* semakin beragam dalam komunitas-komunitas kecil (*mass society versus community*), namun demikian media cenderung memenuhi kebutuhan-kebutuhan informasi *mass society* yang lebih menguntungkan industri media. Akibatnya banyak kepentingan atau kebutuhan informasi masyarakat *community* tidak terpenuhi oleh media yang ada. Potter (2004:3) menyebutkan bahwa dewasa ini problem mendapatkan akses informasi menjadi masalah yang penting dalam kehidupan. *Elite* yang memiliki tingkat pendidikan dan kesejahteraan yang tinggi dapat memperoleh informasi yang mereka butuhkan sehingga semakin mapan (*powerful*). Se-

mentara itu mayoritas masyarakat dalam keadaan sebaliknya.

Baran dan Davis (2000:12-13) juga menegaskan bahwa industri media telah memasuki era *mass society* dan *mass culture*. Hal ini ditandai oleh media yang mulai meruntuhkan pranata sosial tradisional secara bertahap dan menggantikannya dengan yang baru karena revolusi industri yang telah merubah kebutuhan-kebutuhan *elite* yang memiliki *power* secara ekonomi. Akibatnya media sibuk memenuhi kebutuhan *elite* tersebut yang lebih menjanjikan keuntungan secara finansial, sehingga kebutuhan informasi komunitas-komunitas *nonelite* terabaikan.

Paparan permasalahan di atas memunculkan istilah media komunitas, yaitu media non-komersial yang diprakarsai oleh sekelompok masyarakat yang digunakan oleh sekelompok masyarakat tersebut untuk mengaktualisasikan informasi-informasi yang dibutuhkan secara terbatas (radius atau jangkauan siaran yang terbatas). Penyiaran komunitas dibatasi maksimum 2,5 kilometer dari lokasi pemancar atau dengan ERP (*effective radiated power*) maksimum 50 watt.

Melalui media komunitas tersebut, sekelompok masyarakat akan lebih leluasa memanfaatkan media sesuai dengan kebutuhannya masing-masing.

Kebanyakan media komunitas adalah media radio. Alasan utamanya adalah biaya pendirian dan operasional yang murah dan mudah. Jika media cetak mensyaratkan khalayak harus *melek* huruf, maka media radio tidak perlu. Orang yang buta huruf pun mampu menikmati atau memanfaatkan media radio, sehingga media radio pun sering menjadi pertimbangan dipilihnya sebagai media komunitas.

Media radio juga merupakan media massa yang menurut sejarah paling populer dibandingkan media massa lainnya. Selain harganya yang relatif terjangkau, radio dapat dikonsumsi sekali pun oleh orang yang buta huruf. Sampai akhir abad 20 di seluruh dunia tercatat 43.973 buah stasiun radio (Potter, 2004:4). Menurut Crisell (1994:4) kelebihan khusus media radio adalah hubungannya yang bersifat personal antara penyiar dan *audien-cenya*, di antara keduanya memiliki kedekatan psikis. Inilah yang menjadikan alasan media radio lebih efektif dibandingkan media massa lainnya.

Adanya radio komunitas dapat menjadi “media alternatif” yang bisa diselenggarakan oleh masyarakat tertentu dengan teknologi dan biaya yang “relatif murah”. Bahkan jika dikelola dengan baik dapat menyajikan siaran yang bermutu, berkualitas dan mengarah pada integritas kebangsaan (Isbandi, 2006:37). Menurut Effendi Gazali dan kawan-kawan (2003:480) penyiaran publik dan komunitas sangat diperlukan sebagai “alternatif”, namun hal ini hanya dapat berjalan jika mendapat dukungan dari sistem yang mengakomodasi peran pengawasan dan evaluasi dari publik.

Radio komunitas juga banyak bermunculan di wilayah Yogyakarta. Sampai akhir tahun 2011, Jaringan Radio Komunitas Yogyakarta (JRKY) mencatat terdapat 68 radio komunitas di wilayah Yogyakarta, namun dari jumlah tersebut hanya 33 radio komunitas yang bergabung dalam JRKY. Mereka muncul dengan beragam latar belakang masalah yang dihadapi dan tujuan yang ingin dicapai oleh sekelompok masyarakat yang memprakarsai berdirinya radio komunitas tersebut.

Radio komunitas dapat berperan sebagai sarana pendidikan, informasi dan hiburan, namun peran paling penting adalah sebagai sarana pendidikan dan informasi yang dapat meningkatkan pemberdayaan masyarakat lokal di mana radio tersebut berada. Istilah pemberdayaan (*empowerment*) biasanya dikaitkan dengan proses pembangunan. Menurut Harry Hikmad (2010:3), konsep pemberdayaan dalam wacana pembangunan masyarakat selalu dihubungkan dengan konsep mandiri, partisipasi, jaringan kerja dan keadilan. Pada dasarnya pemberdayaan diletakkan pada kekuatan tingkat individu dan sosial.

Menurut Rappaport (1987) (Hikmad, 2010:3), pemberdayaan diartikan sebagai pemahaman secara psikologis, yaitu pengaruh kontrol individu terhadap kekuatan sosial, kekuatan politik dan hak-haknya menurut undang-undang. Sedangkan menurut McArdle (1989) (Hikmad, 2010:3), mengartikan pemberdayaan sebagai proses pengambilan keputusan oleh orang-orang yang secara konsekuen melaksanakan keputusan tersebut. Orang-orang yang telah mencapai tujuan kolektif diberdayakan melalui kemandiriannya, bahkan merupakan “keharusan” untuk lebih diberdayakan melalui usaha mereka sendiri dan akumulasi pengetahuan, ketrampilan serta sum-

ber lainnya dalam upaya mencapai tujuan mereka tanpa bergantung pada pertolongan dari hubungan eksternal.

Menurut Craig dan Mayo (1995) (Hikmad, 2010:3-4), partisipasi merupakan komponen penting dalam proses pembangkitan kemandirian dan pemberdayaan. Sebaiknya orang-orang harus terlibat dalam proses tersebut, sehingga mereka lebih memperhatikan hidupnya untuk memperoleh rasa percaya diri, memiliki harga diri dan pengetahuan untuk mengembangkan keahlian baru. Prosesnya dilakukan secara kumulatif sehingga semakin banyak ketrampilan yang dimiliki seseorang, semakin baik kemampuan berpartisipasi. Pemberdayaan dan partisipasi merupakan hal yang menjadi pusat perhatian dalam proses pembangunan. Strategi partisipasi masyarakat banyak digunakan sebagai sarana percepatan proses pembangunan, oleh karena itu perlu ditekankan tentang pentingnya pendekatan alternatif berupa pendekatan pembangunan yang diawali oleh proses pemberdayaan masyarakat lokal.

Menurut Soetomo (2011:65-66), pemberdayaan masyarakat telah menempatkan dirinya sebagai pendekatan yang banyak dianut dan mewarnai berbagai kebijakan pembangunan masyarakat. Pendekatan ini dalam banyak hal dapat dilihat sebagai operasionalisasi dari perspektif pembangunan yang berpusat pada rakyat. Dalam pendekatan ini, masyarakat sampai dengan tingkat komunitas terbawah diberi peluang dan kewenangan dalam pengelolaan pembangunan, termasuk dalam proses pengambilan keputusan sejak identifikasi masalah dan kebutuhan, perencanaan, evaluasi dan dalam menikmati hasil pembangunan. Pendekatan pemberdayaan ini merupakan reaksi dari dominasi pendekatan sebelumnya, yaitu pendekatan pertumbuhan, yang dalam rangka mengejar produktivitas sering mengabaikan aspek humanisme. Masyarakat sering ditempatkan pada posisi marginal.

Menurut Rr. Suhartini dan kawan-kawan (2005:8), tujuan pemberdayaan masyarakat adalah; (1) Meningkatkan kualitas lingkungan pemukiman melalui suatu upaya penanganan terpadu, baik dari aspek fisik, sarana dan prasarana maupun kondisi sosial ekonomi masyarakatnya; (2) Menumbuhkan inisiatif, kreativitas dan jiwa

kemandirian dalam melaksanakan kegiatan peningkatan kesejahteraan di lingkungan tempat tinggal masyarakat tersebut; (3) Meningkatkan kemampuan usaha dalam rangka pengembangan sumber pendapatan yang dapat menunjang perekonomian keluarga atau warga.

Ada dua metode pemberdayaan masyarakat yang utama, yaitu meliputi kegiatan pemberian pendampingan kepada warga dan penyuluhan. Kegiatan pendampingan agar dapat terlaksana dengan baik dan sekaligus mampu menumbuhkan motivasi dan peran serta warga dalam pembangunan atau rehabilitasi sosial, maka harus mampu diwujudkan dalam hal; (1) Memberikan fasilitas jasa dan pelayanan kepada masyarakat dalam bentuk arahan atau bimbingan teknis tentang prosedur atau mekanisme pelaksanaan sebuah kegiatan pemberdayaan; (2) Mengoptimalkan peran lembaga masyarakat dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam mendukung dan menyukseskan pelaksanaan pembangunan di setiap wilayah; (3) Menjalin suatu kerja sama dengan segenap potensi yang ada di masyarakat (profesional, perguruan tinggi, LSM dan lain-lain), terutama dalam hal alih pengalaman, ilmu pengetahuan dan teknologi dalam rangka peningkatan dan pengembangan program pembangunan sosial; (4) Menumbuhkan motivasi dan upaya kemandirian warga masyarakat dalam pelaksanaan program pembangunan agar pada masa mendatang masyarakat tersebut dapat melaksanakan pembangunan secara mandiri, terbuka, bertanggung jawab dan berkelanjutan Rr. Suhartini dan kawan-kawan (2005:14-15).

Sementara itu, kegiatan penyuluhan merupakan proses upaya perubahan perilaku di kalangan masyarakat agar mereka tahu, mau dan mampu melakukan perubahan demi tercapainya peningkatan produksi, pendapatan atau keuntungan dan perbaikan kesejahteraan hidup. Rr. Suhartini dan kawan-kawan (2005:164).

Dalam upaya pemberdayaan diperlukan sebuah pendekatan guna mencapai hasil yang lebih efektif dan maksimal. Moh Ali Azis (2005:131) menyebutkan pendekatan sosio kultural dalam pemberdayaan masyarakat, yaitu sebagai upaya melakukan perubahan ke arah yang lebih baik, dengan terciptanya keadilan dan kesejahteraan sosial masyarakat dengan memperhatikan berba-

gai aspek yang mempengaruhinya. Aspek-aspek tersebut adalah agama, budaya, adat istiadat, ekonomi, politik, hukum dan sebagainya; yang biasa disebut dengan istilah dimensi sosio kultural. Arsyad Lincoln dan kawan-kawan (2011:94), juga menyebutkan bahwa pembangunan tidak hanya mencakup masalah pembangunan fisik, seperti; pertanian, kesehatan, pendidikan maupun kelembagaan. Pembangunan juga berkaitan erat dengan masalah sosial budaya seperti keberagaman etnis, keagamaan, fasilitas kebudayaan dan sebagainya.

Pemberdayaan dapat dilakukan oleh masyarakat secara mandiri, ada beberapa tahapan yang seharusnya dilakukan Moh Ali Azis (2005: 135-136); (1) Membantu masyarakat dalam menemukan masalah; (2) Melakukan analisis (kajian) terhadap permasalahan tersebut secara mandiri (partisipasif). Kegiatan ini biasanya dilakukan dengan cara curah pendapat, membuat kelompok-kelompok diskusi dan mengadakan pertemuan warga secara periodik (terus-menerus); (3) Menentukan skala prioritas masalah, dalam arti memilih setiap masalah yang paling mendesak untuk diselesaikan; (4) Mencari cara penyelesaian masalah yang sedang dihadapi, antara lain dengan pendekatan sosio kultural yang ada dalam masyarakat; (5) Melaksanakan tindakan nyata untuk menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi; (6) Mengevaluasi seluruh rangkaian dan proses pemberdayaan itu untuk dinilai sejauh mana keberhasilan dan kegagalannya.

Dewasa ini, berdasarkan analisa tentang tujuh tipologi pedesaan di Indonesia dan pemetaan program-program yang sudah dilakukan baik oleh pemerintah atau nonpemerintah, prinsip dasar strategi pembangunan pedesaan di Indonesia untuk kurun waktu 2010-2014 disebut dengan strategi pembangunan pedesaan berbasis lokal (Arsyad Lincoln dan kawan-kawan, 2011: 95). Strategi tersebut menitik beratkan proses pertumbuhan ekonomi dan perubahan struktural yang dimotori oleh masyarakat lokal dan memanfaatkan potensi-potensi lokal untuk pembangunan dalam upaya untuk memperbaiki tingkat kesejahteraan masyarakat lokal.

Strategi pembangunan berbasis lokal ini merupakan strategi yang menggunakan pendekatan kewilayahan yang mengandalkan pada kebu-

tuhan, seluruh potensi dan perilaku lokal wilayah tertentu (*locality*). Oleh karena itu, karakteristik utamanya adalah; (1) Kegiatan pembangunan di dalam kerangka wilayah bukan sektoral. Wilayah tidak hanya dianggap sebagai tempat di mana sumber daya dan kegiatan ekonomi terjadi, tetapi juga sebagai agen perubahan karena pelaku-pelaku pembangunan dalam wilayah tersebut saling berinteraksi untuk bersama-sama membangun perekonomian dan masyarakat; (2) Kegiatan ekonomi dan pembangunan lainnya diarahkan untuk memaksimalkan manfaat untuk wilayah lokal melalui pemanfaatan sumber daya lokal, fisik maupun manusia dan budayanya; (3) Pembangunan dikontekstualkan melalui pemusatan perhatian terhadap kebutuhan, kapasitas dan perspektif masyarakat lokal; yang berarti bahwa wilayah sebaiknya mengembangkan kapasitasnya untuk melakukan pembangunan sosial ekonomi yang khas wilayah tersebut; (4) Pembangunan tidak terbatas pada aspek ekonomi tetapi juga memperlakukan masalah-masalah ekonomi, ekologi dan sosial secara setara sehingga dapat diharapkan dapat menciptakan pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development*); (5) Partisipasi masyarakat dalam pengambilan keputusan, karena strategi ini sangat ditentukan sendiri (*self determined*) oleh masyarakat lokal yang mengacu pada kebutuhan lokal (Lincoln, 2011:96).

Strategi pembangunan berbasis lokal tersebut berupaya untuk memenuhi kebutuhan dan permintaan lokal melalui partisipasi aktif masyarakat lokal dalam proses pembangunan. Strategi ini tidak hanya bertujuan memperbaiki sisi produktif (pertanian, industri, jasa, dan lain-lain), tetapi juga mendorong dan meningkatkan dimensi sosial dan budaya yang mempengaruhi kehidupan masyarakat. Strategi ini juga memiliki tiga dimensi; (1) Dimensi ekonomi yang ditandai oleh sistem produksi khusus yang memungkinkan wirausahawan lokal menggunakan secara efisien faktor-faktor produktif dan mencapai produktivitas yang membuat mereka kompetitif di pasar; (2) Dimensi kelembagaan dimana pelaku ekonomi dan sosial terintegrasi di dalam institusi lokal yang oleh karena itu membentuk sistem hubungan yang kompleks yang memadukan nilai-nilai sosial dan budaya dalam proses pembangunan; (3) Dimensi politik

yang tercermin pada inisiatif lokal yang menekankan pada penciptaan lingkungan lokal menstimulus produksi dan membuat pembangunan yang berkelanjutan (Lincoln dan kawan-kawan, 201:96).

Fungsi dan peran media radio untuk pemberdayaan masyarakat seperti itu tidak dapat diperoleh masyarakat melalui stasiun radio (komersial) yang ada. Padahal masyarakat memerlukan sarana dan akses media tersebut sebagai sarana aktualisasi informasi secara spesifik, oleh karena itu keberadaan media komunitas sebagai media alternatif sangat diperlukan sebagai sarana pemberdayaan masyarakat lokal. Namun yang terjadi radio komunitas sering diabaikan atau disingkirkan oleh kepentingan bisnis atau politik oleh pihak-pihak yang memiliki akses ekonomi atau politik. Padahal radio komunitas penting untuk mewujudkan demokratisasi penyiaran dan pembangunan.

Penelitian ini berupaya memetakan fungsi dan peran radio komunitas dalam memberdayakan masyarakat lokal menurut formatnya masing-masing. Pemetaan tersebut penting karena dapat digunakan untuk mengevaluasi setiap format radio komunitas beserta permasalahannya untuk solusi perbaikan di masa yang akan datang.

Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang sering diistilahkan dengan penelitian naturalistik dalam bidang Sosiologi, penelitian etnografi dalam bidang Antropologi dan penelitian studi kasus dalam bidang Psikologi (Sutopo, 2001: 5-6). Neuman (2000:65) menyebutkan adanya tiga perspektif dalam Ilmu Sosial yang akan membedakan dalam teknik penelitian, yaitu; *Positivist*, *interpretive* atau *constructivis* dan *critical*. Pendekatan kuantitatif berada di bawah perspektif *positivist*, sedangkan pendekatan kualitatif berada di bawah perspektif *interpretive* atau *constructivis* dan *critical*.

Penelitian ini masuk dalam kategori *constructivis social research* yang mengasumsikan bahwa; (1) Tujuan penelitian adalah memahami dan mendiskripsikan makna tindakan sosial; (2) Realitas sosial bersifat tidak tetap yang dibuat oleh interaksi manusia; (3) Manusia bersifat sosial yang membuat makna dan secara tetap memaknai

dunianya; (4) *Common sense* sebagai teori yang kuat dalam kehidupan sehari yang digunakan orang biasa; (5) Teori adalah deskripsi tentang bagaimana kelompok sistem makna dibangkitkan dan dikembangkan; (6) Penjelasan tentang benar melekat pada apa yang sedang dipelajari; (7) Bukti yang baik melekat pada konteks interaksi sosial yang tidak tetap; dan (8) Nilai terletak pada bagian integral kehidupan sosial, tidak ada nilai yang salah, yang ada hanya perbedaan nilai (Nouman, 2000: 85).

Sumber data dalam penelitian ini meliputi Informan, dokumen dan peristiwa. Informan meliputi: pengelola, *audience* radio komunitas, di Yogyakarta, Ketua Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID DIY) dan Ketua Jaringan Radio Komunitas Yogyakarta (JRKY). Dokumen meliputi isi-isi (*contents*) siaran radio komunitas, dan peristiwa meliputi kegiatan siaran radio komunitas. Radio komunitas yang menjadi objek penelitian ini adalah; radio Balai Budaya Minomartani (BBM) Sleman, radio Cemara Lima Yogyakarta, radio Swara Desa Kulon Progo, radio Swadiora Kota Bantul dan radio Informasi Pertanian (Intan) Gunung Kidul.

Teknik analisis yang akan digunakan adalah analisis antar kasus (*cross-site analysis*). Pada tiap kasusnya akan dilakukan dengan menggunakan model analisis interaktif. Dalam model analisis ini, tiga komponen analisisnya yaitu; reduksi data, sajian data dan penarikan kesimpulan atas verifikasi, dilakukan dalam bentuk interaktif dengan proses pengumpulan data sebagai suatu proses siklus (Sutopo, 2002).

Setiap kasus dilakukan analisis interaktif. Dalam kegiatan reduksi data, dilakukan seleksi data, pemfokusan, penyederhanaan, dan abstraksi data dari *fieldnote* (catatan lapangan). Proses ini berlangsung terus sepanjang pelaksanaan penelitian. Dalam kegiatan penyajian data, dilakukan pengolahan data dan dituliskan dalam deskripsi dalam bentuk narasi yang disusun secara logis dan sistematis yang memungkinkan dapat ditarik adanya simpulan-simpulan penelitian. Dalam kegiatan penarikan simpulan dan verifikasi, dilakukan pengulangan, pengujian, penelusuran, pencocokan data sehingga dihasilkan data yang mempunyai validitas tinggi.

Hasil Penelitian

Radio Komunitas dan Kelompok Monitor

Radio komunitas yang merupakan radio milik sekumpulan komunitas tertentu memiliki arti penting untuk mengaktualisasi kepentingan atau kebutuhan informasi komunitas tersebut. Selama ini kebutuhan informasi komunitas yang bersifat unik dan spesifik tidak dapat dipenuhi oleh media massa *mainstream*; baik itu radio, televisi, surat kabar atau majalah. Media-media tersebut lebih berorientasi pada profit sehingga hanya mengekspose isu, peristiwa atau tokoh yang besar saja.

Menurut beberapa pengelola radio komunitas mengatakan bahwa radio komunitas sangat penting bagi warga komunitas yang bersangkutan;

“Radio komunitas sangat dibutuhkan masyarakat, permasalahannya dalam menjalankan kesehariannya tidak membutuhkan iklan komersial, karena tidak diperbolehkan. Radio komunitas mengambil orang-orang komunitas yang butuh disiarkan...” (Heru-Radio Swara Desa, wawancara tanggal 21 Agustus 2011).

“Radio komunitas mencerdaskan warga komunitasnya, memberikan dan menerima informasi dari warga komunitasnya...(Ayang-Radio Lima Cemara, wawancara tanggal 22 Agustus 2011)

“Radio komunitas bisa dijadikan alat pemersatu di lingkup komunitas...(Arin-Radio Intan FM, wawancara tanggal 7 September 2011).

Media massa komersial selalu berorientasi pada keuntungan bisnis. Segala macam potensi yang ada dalam media tersebut, terutama ruang untuk media cetak atau waktu untuk media elektronik, dimaksimalkan untuk memperoleh keuntungan bisnis. Maksudnya media-media tersebut hanya akan mengekspos isu-isu dan peristiwa-peristiwa besar yang menarik perhatian publik *audience*. Tujuannya hanya satu, yaitu menaikkan angka *rating* (jumlah pembaca atau penonton) yang akan menarik para pengiklan untuk memasang iklan di media tersebut. Semakin tinggi angka *rating*, maka akan semakin mahal tarif iklan dan semakin banyak pula iklan-iklan yang masuk.

Radio merupakan salah satu media massa yang praktis, yang perangkat siarannya begitu mudahnya dioperasionalkannya; walaupun oleh orang awam melalui pengarahan yang relatif singkat dan sederhana. Radio juga dapat dinikmati oleh semua kalangan, sekali pun oleh orang yang buta huruf. Berbeda dengan media televisi, yang walaupun mudah dinikmati namun biaya pengadaannya sangat tidak terjangkau. Demikian juga media cetak, pengadaannya membutuhkan operasionalisasi yang rumit dan *audiencenya* harus bebas buta huruf.

Berdasarkan kebutuhan masyarakat komunitas, sifat media *mainstream* dan karakteristik media radio di atas; maka tumbuhlah radio komunitas dalam masyarakat. Terdapat dua macam tipe cara awal berdirinya radio komunitas, yaitu terbentuknya komunitas dahulu kemudian muncul radio dan terdapat radio dulu baru kemudian terbentuk komunitas.

Kelebihan tipe pertama adalah kehadiran radio akan semakin memperkuat dan mengembangkan komunitas. Jaringan komunitas akan semakin luas melalui perantara media radio, baik orang-orang yang terlibat dalam komunitas maupun kelompok pendengar aktif dan pasif. Contohnya adalah dalam radio komunitas Balai Budaya Minomartani (BBM), yang merupakan radio yang diprakarsai dan dikelola oleh para penggiat kebudayaan Jawa di wilayah Minomartani Sleman Yogyakarta. Komunitas BBM ada terlebih dahulu. Setelah komunitas BBM mapan kemudian ada gagasan untuk menyebarluaskan sadar budaya melalui media radio, sehingga komunitas yang terbentuk itu komunitas pencinta budaya dahulu baru komunitas pencinta radio.

Kelemahan tipe kedua adalah ikatan dan loyalitas yang kurang, baik terhadap komunitas maupun terhadap radio. Kepedulian terhadap keberlangsungan siaran maupun komunitas juga kurang, sehingga tipe radio komunitas seperti ini biasanya jika terjadi sedikit permasalahan dapat menghentikan siaran. Pada tipe ini biasanya berdirinya radio komunitas tidak diprakarsai oleh warga secara swadaya, tetapi keberadaan radio merupakan sumbangan dari pihak luar; bisa Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) maupun *funding* lainnya. Misalnya adalah radio komunitas Intan Frekuensi Menengah (FM), yang merupakan ra-

dio informasi pertanian yang terdapat di kompleks Balai Desa Ngunut Kecamatan Playen Gunung Kidul. Menurut Arin, salah seorang pengelola Intan FM, “idealnya radio komunitas itu ada komunitas dulu baru radio. Intan FM ada radio dulu baru muncul komunitas sehingga kurang solid” (Wawancara 7 September 2011).

Intan FM mendapatkan perangkat radio dari LSM Lestari Mandiri (Lesman). pada tahun 2007. Lestari Mandiri adalah Lembaga Independen Non-Pemerintah yang bercita-cita melestarikan kehidupan lingkungan pertanian untuk mewujudkan kemandirian keluarga tani laki-laki perempuan secara adil terhadap sesama petani, lingkungan serta pihak-pihak yang terkait dengan petani dan pertanian. Pemiskinan petani selama ini disebabkan oleh orientasi Pembangunan Nasional di sektor pertanian yang diposisikan sebagai pendukung sektor industri, petani dan pertanian sebagai pasar potensial bagi produk perusahaan sarana produksi serta sebagai sumber pendapatan negara. Implementasinya kebijakannya bersifat paket yang dibarengi penghapusan subsidi bagi petani. Akibatnya nilai tukar produk usaha tani semakin merosot dibandingkan dengan nilai tukar kebutuhan harian petani dan keluarganya. Di sisi lain posisi tawar petani semakin rendah untuk mengakses dan mengontrol sumberdaya dan kebijakan yang menyangkut kepentingan hidupnya.

Pada awalnya, melalui kerja sama dengan program kerja Lesman, radio tersebut dipelopori dan digerakkan oleh dua orang staf Penyuluh Pertanian Lapangan (PPL) Kabupaten Gunung Kidul yang kebetulan tinggal di wilayah tersebut, oleh karena itu radio ini pun diberi nama radio informasi pertanian (Intan). Dalam perjalanannya radio tersebut mengalami pasang surut karena permasalahan teknis dan nonteknis, yang keduanya saling berkaitan.

Secara teknis permasalahan yang dialami radio komunitas Intan FM adalah lokasi yang berpindah-pindah. Sebelum menempati lokasi di kompleks Balai Desa Ngunut Playen seperti sekarang ini, Intan FM telah pindah lokasi dua kali dari rumah ke rumah penduduk. Dalam proses perpindahan tersebut terdapat perangkat-perangkat teknis yang tercecer dan bahkan hilang dicuri sehingga menghambat atau menghentikan ope-

rasional untuk sementara waktu. Hambatan teknis lainnya adalah kerusakan perangkat siaran yang karena keterbatasan dukungan dana tidak segera diperbaiki sehingga siaran terhenti, seperti apa yang terjadi saat ini.

Secara nonteknis permasalahan yang dihadapi radio komunitas Intan FM adalah masalah komunitas yang tidak dapat dihimpun secara solid. Hal ini disebabkan radio muncul lebih dahulu sebelum munculnya komunitas yang akibatnya tingkat kepedulian terhadap berjalannya radio komunitas kurang. Radio komunitas yang merupakan radio nonkomersial bisa berjalan jika ada dukungan yang positif dari anggota komunitas tersebut, bahkan idealnya ada organisasi komunitas yang biasa disebut dengan istilah kelompok monitor.

Kelompok monitor disebut juga dengan istilah pendengar aktif radio komunitas. Mereka tidak sekedar aktif mendengarkan siaran-siaran radio komunitas, tetapi juga ikut memikirkan keberlangsungan hidup radio komunitas. Mereka aktif memberikan masukan-masukan dan siap memberikan dukungan, baik moral maupun finansial, jika dibutuhkan.

Masalah ketidakberadaan kelompok monitor yang aktif juga dialami oleh radio komunitas Lima Cemara. Radio komunitas milik gereja dan berada di kompleks gereja di Jalan AM Sangaji 20 kota Yogyakarta ini berdiri sejak tahun 2009. Walaupun tidak memiliki kelompok monitor, dari segi finansial untuk memenuhi kebutuhan operasional radio mengalami permasalahan karena dana operasional banyak didukung dari gereja. Permasalahan ketiadaan kelompok monitor justru muncul pada eksistensi radio komunitas sebenarnya buat siapa. *Audience* mereka tidak terpantau karena tidak ada umpan balik (*feedback*). Interaksi dengan *audience* sebatas pada yang kenal dengan pengelola (penyiar) radio saja. Mereka menyampaikan kritik dan saran baik melalui *handphone Short Message Service* (SMS) atau ketika ada kesempatan bertemu langsung. Itu pun jumlahnya sangat sedikit.

Ketiadaan kelompok monitor di radio komunitas Lima Cemara disebabkan tiga hal; *Pertama*, keberadaan radio ada dulu sebelum komunitas terbentuk. Radio ada atas prakarsa gereja. *Kedua*, kurang fokus pada format radio

apakah akan digunakan sebagai media gereja atau media komunitas yang bersifat umum untuk melayani masyarakat komunitas dalam radius jangkauan siaran radio. *Ketiga*, frekuensi yang digunakan bergantian dengan radio komunitas yang lain yang berada dalam range radius yang sama sehingga siaran tidak rutin. Penyiar radio Lima Cemara, Ayang, mengatakan bahwa kanal radio komunitas sangat terbatas. Radio Lima Cemara kadang harus berbagi dengan radio komunitas tetangga, yaitu ada radio Terban, Radio Swara Code dan radio milik sekolah Taman Kanak-kanak (TK). Mereka memakai frekuensi yang sama, yaitu di 107.8 Mhz FM. Radio Lima Cemara siaran sore hari yaitu antara pukul 17.00-24.00 WIB.

Terdapat juga kelompok monitor radio komunitas yang aktif, misalnya kelompok monitor yang ada di radio komunitas Swara Desa di Desa Mbrosot Kabupaten Kulon Progo. Radio komunitas ini berdiri sejak akhir tahun 2007 atas kerja sama pemerintah desa dan masyarakat secara gotong royong yang menghabiskan dana sekitar 150 jutaan. Radio Swara Desa memiliki lebih dari 100 anggota kelompok monitor yang terorganisir. Mereka mengadakan pertemuan rutin setiap satu *lapan* sekali, yaitu setiap malam *Minggu Pahing*. Untuk memberikan motivasi kebersamaan dan kehadiran serta keguyupan, dalam pertemuan tersebut diadakan arisan.

Dalam pertemuan kelompok monitor tersebut dibicarakan perkembangan dan permasalahan-permasalahan yang dihadapi radio komunitas. Sebagai radio yang dikelola masyarakat komunitas secara swadaya, radio Swara Desa banyak membutuhkan dukungan dari kelompok monitor tersebut, terutama dukungan finansial untuk operasional. Dalam pertemuan kelompok monitor tersebut ada sebagian iuran yang disisihkan untuk kepentingan operasional radio komunitas tersebut. Kelompok monitor melakukan ini semua dengan semangat sukarela dan gotong-royong.

Terdapat juga pertemuan kelompok monitor yang lebih besar lagi setiap setahun sekali, yaitu dalam forum silaturahmi Syawalan. Pada acara Syawalan tahun 2010 dihadiri sekitar 500 anggota kelompok monitor. Dalam forum ini dihadiri kelompok monitor baik yang aktif maupun yang pasif. Forum ini adalah ajang interaksi anta-

ra anggota monitor (*audience*) radio Swara Desa dan pengelola radio. Dalam forum ini anggota kelompok monitor menyampaikan segala macam masukan kepada pengelola radio, misalnya mengenai mata acara, jam siaran, pengisi siaran, tema acara dan sebagainya.

Semangat tersebut terbangun tidak lepas dari upaya pelopor utama berdirinya radio tersebut, yaitu Kepala Desa Brosot sendiri, ketika itu adalah Soempeno, yang saat ini menjabat sebagai anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten Kulon Progo. Walaupun sudah menjadi anggota DPRD, Soempeno masih aktif dalam radio komunitas Swara Desa, bahkan beliau masih secara rutin mengisi acara di radio Swara Desa.

Kehadiran tokoh seperti Soempeno tersebut penting sebagai motivator dan generator dalam radio komunitas. Dalam konteks ilmu sosial, ia disebut dengan pemuka pendapat (*opinion leader*) yang disegani oleh anggota kelompok tersebut. Ia memiliki kredibilitas yang dapat menggerakkan masyarakat. Dalam konteks budaya Jawa, tokoh seperti Soempeno tersebut, telah memiliki simbol-simbol kewibawaan yang dapat menggerakkan masyarakat; misalnya kepribadian yang merakyat, kekayaan sampai dengan kedudukan yang dijabatnya.

Lain halnya dengan radio komunitas Balai Budaya Minomartani (BBM), radio yang berdiri sejak tahun 2000an tersebut memiliki kelompok monitor yang jelas dan terfokus yaitu para penggiat dan pecinta kebudayaan. Walaupun tidak ada forum resmi kelompok monitor dan pertemuan rutusnya, namun kelompok monitor sering bertemu secara rutin dalam kegiatan-kegiatan budaya yang di Balai Budaya Minomartani. Hal ini disebabkan proses lahirnya radio komunitas sesuai dengan prosedur hakekat keberadaan radio komunitas, yaitu komunitas lahir dulu dengan segala macam aktivitasnya yang kompak baru kemudian lahir radio sebagai sarana aktualisasi kegiatan komunitas tersebut.

Menurut penjelasan Kuncoro, salah seorang pelopor dan pengelola radio komunitas BBM, monitor (*audience*) radio BBM sangat solid karena kasusnya ada sinergi antara warga komunitas yang mencintai budaya di BBM dan radionya, sehingga dapat saling dukung. Balai

budaya sudah berdiri sejak 21 tahun yang lalu (tahun 1990 an) sebagai tempat berkumpulnya masyarakat yang mencintai kebudayaan Jawa. Ketika itu, jika BBM mengadakan pentas ketoprak, wayang, tari atau lainnya direkam lalu dikirimkan ke Radio Republik Indonesia (RRI). Karena kesempatannya terbatas lalu masyarakat yang tinggal di sekitar BBM dan aktif di BBM punya inisiatif mendirikan radio.

Arti penting kehadiran radio komunitas tersebut, ketika ada kegiatan-kegiatan yang tidak bisa tercover oleh radio *mainstream*, dapat disiarkan melalui radio milik komunitas sendiri. Secara kebiasaan media-media besar akan mencari berita yang memiliki nama dan peristiwa besar yang lebih menjual. Radio komunitas BBM adalah media yang dapat memberikan tempat bagi pegiat kebudayaan, seni dan warga yang ingin mendengar suaranya sendiri sehingga bisa diterima di kalangan komunitas.

Berbagai macam *feedback* atau masukan buat radio dengan mudah disampaikan setiap saat. Ini adalah salah satu kunci keberhasilan radio komunitas BBM. Forum besar pertemuan antara radio BBM dan masyarakat komunitas pendengarnya adalah forum Syawalan yang dilakukan setiap tahun sekali. Seperti halnya dengan radio komunitas Swara Desa, forum ini dihadiri baik oleh anggota kelompok monitor yang aktif maupun pasif. Kuesioner untuk memberikan input buat radio BBM disampaikan bersamaan dengan surat undangan Syawalan dan dikumpulkan pada saat acara Syawalan. Input tersebut digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pembenahan siaran radio BBM.

Terlepas dari dua karakteristik radio komunitas berdasarkan kelompok monitornya di atas, terdapat radio komunitas yang terbilang unik, yaitu Radio Swara Kota FM. Uniknyanya adalah tidak memiliki kelompok monitor sebagaimana radio Swara Desa dan BBM, namun aktivitas radio berjalan lancar tidak seperti halnya radio Intan FM dan Cemara Lima FM. Kelompok monitor di radio Swara Kota tidak terorganisir dan tidak ada forum-forum khusus yang mempertemukan kelompok monitor dan pengelola radio. Namun demikian, tanpa keberadaan mereka pun aktivitas radio tetap berjalan, bahkan radio Swara Kota termasuk salah satu radio komunitas yang paling

aktif di Yogyakarta. Mengenai kelompok monitor di Swara Kota FM, Mardidiyono, selaku pengelola Swara Kota FM dan sekaligus Ketua JRKY menjelaskan bahwa kelompok pendengar di radio Swara Kota lebih pada kumpulan pendengar acara tertentu yang tersebar dalam kelompok-kelompok kecil di tingkat dusun atau RT. Sebagai kelompok monitor dalam radio komunitas, kelompok seperti ini tidak mempunyai peran atau sumbangan penting dalam menjalankan aktivitas radio komunitas. Mereka kurang ikut bertanggung jawab atas pengelolaan radio, baik secara teknis maupun nonteknis. Sumbangan mereka kepada komunitas adalah sekedar aktif atau dilibatkan dalam kegiatan-kegiatan *off air* atau program-program tertentu, misalnya ketika ketika terjadi gempa mereka dilibatkan untuk menangani korban gempa.

Secara teknis dan nonteknis Radio Swara Kota juga tidak bergantung dengan para monitor-nya. Secara teknis radio Swara Kota telah memiliki SDM yang mencukupi. Para pengelolanya yang merupakan para aktivis merupakan kelebihan tersendiri bagi radio Swara Kota dalam mengelola siarannya. Prinsip mereka adalah mengedepankan program siaran, siapa pun harus siap mengisi setiap program siaran. Dengan demikian siaran radio dapat berjalan secara rutin dan tidak bergantung dengan pengisi program siaran. Kebijakan seperti ini ditempuh karena para pengelola Swara Kota FM adalah para aktivis yang memiliki banyak kegiatan dan tidak bisa dipatok untuk mengisi suatu program siaran.

Secara nonteknis, yang biasanya mencakup masalah dukungan finansial, radio Swara Kota FM juga tidak bergantung dengan monitor-nya. Mardiyono menjelaskan bahwa operasional radio Swara Kota berasal dari para pengurus dan iklan lokal. Untuk iklan lokal, radio Swara Kota tidak tanggung-tanggung lagi. Mereka meminta potensi-potensi pengiklan lokal untuk beriklan dengan tarif bulanan yang sangat terjangkau, misalnya adalah warung-warung makan. Para pengiklan lokal tersebut sengaja diberdayakan karena mereka tidak akan berani dan mampu beriklan di radio-radio seperti Geronimo, Retjo Buntung GCD dan sebagainya. Radio Swara Kota memiliki 10 pengiklan, jika sebulan tarifnya Rp 100.000,00 maka sudah mendapatkan pemasukan

Rp 700.000,00. Pemasukan tersebut bisa digunakan untuk membayar listrik dan lainnya. Bahkan diterapkan bagi pengelola yang mencari pengiklan mendapatkan komisi 30 persen sebagai apresiasi. Ini adalah salah satu bentuk pemberdayaan potensi lokal.

Menurut ketua KPID DIY, Rahmat, dalam wawancara pada tanggal 27 Oktober 2011 mengatakan bahwa sebenarnya radio komunitas tidak boleh beriklan (komersial) dalam bentuk apa pun. Prinsip radio komunitas adalah siaran nonprofit yang dilakukan dari komunitas, oleh komunitas dan untuk komunitas. Menanggapi pernyataan tersebut, Mardiyono selaku ketua JRKY menyatakan bahwa pernyataan tersebut betul, radio komunitas sebenarnya tidak boleh beriklan. Sekarang pertanyaannya adalah (Ia selalu mengatakan pada orang KPID, soal iklan) kalau radio komunitas akan mencari idealnya, bagaimana dengan Radio Republik Indonesia (RRI), apakah Ia radio komunitas atau radio publik? Apakah bedanya dengan radio komunitas? Selama ini RRI mendapat anggaran dari APBN, sedangkan radio komunitas yang benar-benar dari masyarakat tidak mendapat apa-apa dari pemerintah daerah.

Pemberdayaan radio komunitas harus diberi peluang. Iklan itu diperbolehkan tetapi iklan yang lokal. Warung-warung kecil tidak bisa iklan di radio-radio komersial yang besar, radio komunitaslah yang dapat membantu. Ini adalah bentuk pemberdayaan di tingkat lokal. Iklan-iklan seperti Lux, Lifeboy, Rexona dan sebagainya tidak boleh karena bukan porsi radio komunitas. Inilah yang disebut pemberdayaan. Kalau saklek atau kaku itu namanya konyol.

...Saya setuju dengan ketua KPID bahwa rakom tidak boleh beriklan, aturannya juga demikian, tetapi harus disikapi dengan arif. Iklan itu kalau iklan nasional jelas tidak boleh karena bukan wilayahnya, tetapi kalau iklan lokal; apa kita hanya menginformasikan saja, terus bagaimana dengan pemberdayaan potensi-potensi lokal itu, yang juga harus diketahui. Dunia sudah menjadi global, pemasaran menjadi bagian untuk orang menjadi terkenal. Di radio harus menyesuaikan kondisi semacam itu. Peraturan juga harus menyesuaikan sehingga kemudian harus dibatasi. Radio komunitas boleh beriklan lokal sebagai

bagian pemberdayaan di komunitas. Pertanyaannya kemudian dibalik, apakah rakom selalu dapat untuk beriklan. Kan tidak. Potensinya tidak ada, bergantung kemampuan radio itu sendiri (Wawancara dengan Mardiyo, Ketua JRKY, tanggal 11 November 2011).

Radio Komunitas dan Pemberdayaan Masyarakat Lokal

Pemberdayaan (*empowerment*) masyarakat menjadi salah satu aspek yang penting dalam pembangunan. Program pemberdayaan masyarakat sebaiknya tidak hanya menunggu program-program pembangunan yang dilaksanakan pemerintah, tetapi bagaimana seluruh masyarakat dapat berperan aktif memaksimalkan potensi yang dimiliki. Dengan demikian partisipasi masyarakat dalam pembangunan dapat diwujudkan melalui upaya-upaya menggali potensi yang ada di masyarakat.

Potensi-potensi yang dimiliki setiap masyarakat selalu berbeda-beda. Ada yang prospektif di bidang pertanian, perikanan, peternakan, kewirausahaan, perdagangan, kebudayaan dan sebagainya. Oleh karena itu, dibutuhkan sarana, prasarana, pengelolaan dan strategi yang berbeda. Istilahnya adalah berbasis lokal. Artinya adalah segala macam bentuk upaya terhadap suatu wilayah harus berdasarkan karakteristik lokal yang unik dan spesifik, di mana setiap daerah tidak dapat disamaratakan.

Semangat tersebut selaras dengan hadirnya radio komunitas. Radio komunitas hadir untuk memenuhi kebutuhan komunitas yang unik dan spesifik, yaitu memenuhi kebutuhan informasi komunitas yang tidak dapat dipenuhi oleh media massa pada umumnya (*media mainstream*). Ia hadir dalam komunitas yang kecil karena radius jangkauan siarannya hanya 2,5 km, tidak berorientasi pada bisnis dan bersifat *independent* “*Dari komunitas, oleh komunitas, untuk komunitas*”.

Melihat karakteristik radio komunitas tersebut, sangatlah tepat jika radio komunitas dimanfaatkan untuk kegiatan yang positif, yaitu memberdayakan masyarakat lokal (komunitas);

lebih dari sekedar fungsi hiburan atau relaksasi. Acara-acara (*contents*) radio komunitas dapat digunakan sebagai alat untuk menggali potensi yang ada dalam komunitas tersebut. Misalnya saja radio komunitas Swara Desa yang ada di Desa Brosot Kecamatan Galur Kulon Progo.

Sebagai radio komunitas yang diprakarsai oleh warga masyarakat secara gotong royong, radio Swara Desa berupaya memaksimalkan potensi radio tersebut untuk kepentingan masyarakat komunitasnya. Melalui dukungan dari para penggerak dan kelompok monitor yang aktif, ia hadir sebagai sarana warga komunitas mencoba mengenali dan memaksimalkan potensi yang ada dalam masyarakat tersebut melalui acara-acaranya.

Menurut penjelasan Heru, selaku pimpinan Radio Swara Desa, hal ini berawal dari asumsi bahwa masyarakat membutuhkan informasi yang ada di desa Brosot; baik mengenai masalah Bank Pembangunan Daerah (BPD), Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD), pertanian, peternakan, perdagangan, kesehatan dan sebagainya melalui radio komunitas, yang berbeda dengan informasi yang diterima melalui radio komersial. Visi utamanya adalah menjadi media yang dapat menyampaikan segala sesuatu yang ada di desa Brosot untuk memajukan masyarakat Brosot.

Upaya-upaya tersebut dapat dilihat dari acara-acara yang tersusun di radio Swara Desa yang tidak hanya bersifat hiburan saja, tetapi juga terdapat acara yang sifatnya untuk membangun atau memberdayakan masyarakat. Contoh acara-acara yang sifatnya hiburan adalah Pop Swara, *Lingsir Wengi*, *Madu Asli*, Suara Lama, Kolam Susu dan *Gedang Sari*. Acara-acara tersebut berisi lagu-lagu sebagai sarana hiburan bagi masyarakat komunitas dengan spesifikasi masing-masing. Misalnya Swara Lama berisi lagu-lagu lama, Kolam Susu berisi lagu-lagu Koes Plus dan *Gedang Sari* berisi lagu-lagu campur sari.

Porsi acara yang berbobot sebagai bentuk upaya memajukan masyarakat Desa Brosot juga banyak sekali, misalnya; *Langenendro*, Swara Informasi, *Wedangan*, *Manekung*, Mimbar Desa, Bangku Belajar, Mbangun Warga dan *Karawitan Adiluhung*. Acara *Langenendro* mengkaji masalah-masalah keluhuran budi (*humanisme*). Aca-

ra tersebut dimaksudkan untuk mengingatkan lagi dan melestarikan nilai-nilai budaya luhur yang mulai dilupakan oleh masyarakat. Misalnya saja nilai *tepo seliro* (saling menghormati dan toleransi), karena kemajuan jaman dan teknologi manusia mulai condong menurutkan egonya. Mereka lupa nilai-nilai kearifan lokal bangsa ini yang telah ratusan tahun menjadi alat pemersatu bangsa.

Acara Swara Informasi berisi informasi-informasi yang harus diketahui dan harus disosialisasikan kepada masyarakat. Misalnya saja masalah perpanjangan Kartu Tanda Penduduk (KTP), batas akhir pembayaran pajak, dana bantuan yang sampai di tingkat desa untuk didistribusikan di tingkat dusun, kampanye jam belajar masyarakat dan pengumuman-pengumuman lainnya. Walaupun informasi-informasi seperti itu sudah disampaikan lewat Rukun Tetangga (RT), Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Desa (LPMD), Pendidikan Kesejahteraan Keluarga (PKK) atau Dasa Wisma; namun disampaikan lagi melalui radio secara berulang untuk memperkuat dan mengingatkan warga masyarakat.

Acara yang paling penting dan utama kaitannya dengan pemberdayaan masyarakat adalah acara Mbangun Warga. Acara tersebut membahas bidang pertanian, peternakan, kesehatan, kewirausahaan dan apupun informasi yang dibutuhkan masyarakat beserta nara sumber ahlinya. Pengisi acara tersebut ada yang bekerja dengan dinas, namun sebagian besar pengisi adalah memanfaatkan potensi yang ada di komunitas secara sukarela.

Pengisi acara yang berasal dari dinas tidak dapat dilakukan secara rutin, hanya kadang-kadang saja. Dinas-dinas tidak ada yang proaktif datang ke tingkat desa atau dusun dan memanfaatkan radio komunitas sebagai forum interaksi dengan masyarakat untuk menyampaikan informasi sesuai kapasitas bidangnya masing-masing. Misalnya ada sebuah pemberitaan di harian Kompas yang menuliskan bahwa "*Penyuluh Pertanian Makin Jarang ke Sawah*". Hasil ini berdasarkan penelusuran Kompas dengan mewawancarai petani, penyuluh dan pengendali organisme pengganggu tumbuhan di enam provinsi; yaitu Jawa Barat, Jawa Tengah, Daerah Istimewa Yogyakarta, Lampung dan Sulawesi Selatan.

Di tengah makin kompleknya masalah dalam sistem budaya padi, penyuluh pertanian lapangan acap kali tidak hadir. Penyuluh malu karena implementasi berbagai program bersubsidi dari pemerintah sering tidak sesuai dengan komitmen awal; seperti jenis benih bersubsidi, pupuk dan obat-obatan. Jumlah penyuluh pertanian lapangan (PPL) yang terbatas membuat mereka juga tidak dapat setiap saat berada di setiap desa. Selain itu ada juga PPL yang justru berbisnis. Menurut Ketua Umum Perhimpunan Penyuluh Pertanian Indonesia, Mulyono Machmur; "Penyuluh pertanian kini mengalami demotivasi" (Kompas, 28 September 2011).

Acara *Mbangun Warga* di radio Swara Desa hanya dapat mengandalkan orang-orang yang memiliki potensi dan keahlian di komunitas tersebut, misalnya untuk masalah peternakan diserahkan dokter Hewan yang ada, untuk urusan kesehatan diserahkan pada dokter Puskesmas setempat, untuk urusan pertanian diserahkan pada ahli pertanian yang ada dan sebagainya. Pernah ada yang mengisi dari luar, misalnya dari Universitas Gadjah Mada (UGM), stikes atau mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN); namun tidak bisa diharapkan juga karena tidak mesti setahun sekali datang ke Desa Brosot.

Antusiasme warga komunitas radio Swara Desa cukup tinggi, walaupun hanya mengandalkan potensi nara sumber lokal. Mereka aktif mengikuti siaran-siaran yang sifatnya adalah penambahan wawasan dan pengetahuan. Mereka juga aktif berinteraksi melalui telepon dalam acara-acara tersebut untuk mengajukan pertanyaan-pertanyaan. Bahkan mereka juga aktif berinteraksi dengan nara sumber di luar jam siaran jika ada sesuatu yang kurang jelas. Menariknya lagi, nara sumber pun bersedia melayani dengan suka rela, bahkan bersedia datang ke tempat warga yang membutuhkan penjelasan dan penerangan lebih lanjut mengenai sesuatu hal. Heru menjelaskan bahwa dengan adanya radio komunitas masyarakat menjadi lebih pintar.

"Kalau ada isu-isu yang penting nara sumber langsung bergerak ke masyarakat. Masyarakat berbeda dengan sebelum adanya radio komunitas. Mereka lebih paham informasi dan semakin cerdas Misalnya tentang sapi, mere-

ka paham kapan saatnya kawin, ciri-cirinya apa, usia kebuntingan dan lain-lain. Hal ini dulunya hanya dilakukan dengan ilmu *titen* (dengan memperhatikan ciri-ciri fisik), tetapi sekarang diperhatikan perhitungannya... Kalau pertanian, khususnya mengenai musim tanam juga betul-betul diperhatikan... Dengan adanya radio masyarakat lebih paham, lebih jelas dan lebih maju. Radio punya timbal balik yang positif” (wawancara tanggal 21 Agustus 2001).

Radio Swara Desa juga peduli dengan masalah pendidikan melalui salah satu mata acaranya, yaitu acara Bangku Belajar. Acara tersebut dikhususkan untuk pelajar yang berisi materi-materi pelajaran sekolah. Pengisi acara tersebut adalah para guru-guru, mahasiswa atau siapa pun yang memiliki kapasitas dalam mata pelajaran tertentu yang ada di komunitas tersebut dengan variasi tingkat pendidikan dan mata pelajaran. Ada pelajaran yang untuk anak Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP) atau Sekolah Menengah Umum (SMU). Ada pelajaran Ilmu Pengetahuan Alam (IPA), Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS), Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris dan sebagainya.

Acara kreatif untuk memberikan motivasi dan alternatif dalam menyelesaikan permasalahan adalah acara *Ngulir Budi*. Dalam bahasa Jawa *Ngulir Budi* berarti mengasah atau memaksimalkan akal atau pikiran. Acara ini berisi perihal kewirausahaan, yaitu mengajarkan prinsip-prinsip kewirausahaan dalam menyelesaikan masalah; misalnya sikap kreatif, tidak mudah menyerah, suka terhadap tantangan, berorientasi ke depan dan mandiri.

Pengisi acara tersebut biasanya adalah mereka yang dipandang memiliki kreatifitas untuk menyelesaikan masalah (perekonomian keluarga) melalui kegiatan berwirausaha. Acara seperti ini diharapkan dapat menstimuli warga komunitas untuk mengikuti jejak mereka. Memanfaatkan potensi-potensi lokal yang ada untuk mencapai kemandirian hidup.

Sebagai radio komunitas milik masyarakat desa yang masih kental kebudayaan Jawanya, radio Swara Desa juga memiliki acara yang berupaya *nguri-nguri* (melestarikan) budaya Jawa, yaitu acara *Manekung*. Acara ini membahas kebudaya-

aan-kebudayaan Jawa seperti; Mocapat, *Tembang Jawa*, filosofi *gending* Jawa dan sebagainya. Pengisi acara ini biasanya Soempeno selaku pelopor lahirnya radio Swara Desa yang saat ini menjabat sebagai anggota DPRD Kabupaten Kulon Progo.

Konsep program radio Swara Desa tersebut memang ideal untuk menumbuhkan kehidupan masyarakat komunitas, namun dalam pelaksanaannya terdapat bermacam-macam keterbatasan sehingga harapan capaian yang ideal belum dapat dihasilkan. Kendala utamanya adalah masalah rutinitas siaran, pengisi siaran dan dampak siaran bagi masyarakat yang tidak terpantau dengan pasti untuk acara-acara yang bersifat membangun masyarakat komunitas.

Para penyiar radio komunitas masing-masing mempunyai kegiatan atau kesibukan sehingga sering tidak ada di tempat. Jika tidak ada pengganti, sering kemudian acara hanya diisi dengan lagu-lagu. Demikian pula halnya dengan para narasumber, mereka juga tidak dapat secara rutin siap mengisi siaran pada jam dan hari yang telah ditentukan. Kekosongan seperti ini pun juga sering akhirnya hanya diisi dengan siaran lagu-lagu yang sifatnya hiburan. Sehingga, dengan demikian jika diprosentasekan banyak acara yang bersifat hiburan. Acara-acara utama (inti) yang banyak berkaitan dengan pembelajaran untuk masyarakat komunitas sering kosong.

Peristiwa yang dianggap luar biasa dan diperlukan langkah-langkah antisipatif serta perlu segera disebarluaskan, maka radio komunitas segera dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Misalnya di bidang kesehatan, ketika memasuki wabah demam berdarah (DB) maka dokter puskesmas melakukan siaran di radio komunitas. Ketika terjadi wabah sapi lumpuh, dokter hewan yang ada di lingkungan komunitas Swara Desa juga segera melakukan siaran penyuluhan untuk melakukan langkah-langkah antisipasi.

Cerita menarik lainnya dari radio komunitas adalah radio komunitas Balai Budaya Minomartani yang sangat populer dengan nama radio BBM. Radio komunitas yang dipelopori para pegiat kebudayaan tersebut memang fokus untuk mengangkat kebudayaan Jawa. Menurut Kuncoro, salah seorang staf radio BBM, kebudaya-

an adalah sisi sosial yang dapat diterima semua kalangan. Warga yang memiliki beragam latar belakang sosial, pendidikan, ekonomi dan religi (kristen, katolik, muslim dan sebagainya) yang rentan konflik; di sini kebudayaan dapat mempersatukan mereka. Oleh karena itu sejak awal semangatnya adalah untuk melestarikan kebudayaan.

Banyak pegiat di bidang Campur Sari, Karawitan, Tari dan lain-lain yang tidak mendapatkan tempat untuk menyalurkan ekspresinya. Radio komunitas satu-satunya yang dapat memberi ruang karena tidak ada batasan harus orang besar yang memiliki modal besar. Orang kecil atau biasa pun bisa memasuki radio komunitas, dengan demikian radio BBM ingin memberdayakan masyarakat khususnya para pegiat budaya melalui kegiatan pelestarian kebudayaan.

Radio BBM melakukan terobosan dengan menjalin kerja sama dengan pihak yang terkait sepanjang menguntungkan dua belah pihak. Radio BBM banyak melakukan kerja sama untuk membangun jaringan agar tetap eksis. Hasilnya belum tentu dalam bentuk dana murni, tetapi bisa dalam bentuk partisipasi. Misalnya kerja sama dengan departemen kebudayaan dengan melakukan kemah budaya untuk pelajar, kerja sama dengan para pelaku seni untuk mengadakan pameran di BBM dan sebagainya.

Kemah budaya adalah kemah yang pesertanya adalah perwakilan dari siswa-siswa Sekolah Menengah Tingkat I (SMP) se kabupaten Sleman yang diikuti 150 peserta selama tiga hari. Tujuannya utamanya ada dua, yaitu; pertama, untuk kembali memperkenalkan kebudayaan yang sudah menghilang di kalangan generasi muda; kedua, untuk menggali lagi dan melestarikan kebudayaan warisan leluhur yang sudah mulai dilupakan. Selama ini kemah budaya sudah dilakukan tiga kali.

Proses pelaksanaan kemah budaya sangat unik. Pertama kali siswa peserta kemah dioplos dalam kelompok-kelompok agar mereka saling mengenal dan belajar sosialisasi. Setiap kelompok menempati satu tenda dimana tenda-tenda tersebut dikasih nama-nama yang membudaya; misalnya tenda Amarta, tenda Jodi Pati, tenda Astina dan sebagainya. Tepuk pramuka diganti dengan tepuk budaya. Satu wahana untuk me-

ngajak anak-anak (generasi muda) terhadap seni yang dulunya merupakan suatu aset yang dimiliki oleh orang tua mereka yang sekarang hilang oleh hingar bingar seni lain.

Kegiatan-kegiatan dalam kemah budaya diarahkan untuk memperkenalkan lagi kebudayaan yang sudah mulai hilang. Contohnya adalah workshop pembuatan dan pementasan *Wayang Damen*. Mereka dipersilahkan membuat lakon dan iringan dengan bimbingan dan hasilnya cukup bagus. Pendekatan yang dilakukan tidak dengan bahasa formal, tetapi dengan bahasa yang dapat mendekatkan pada dunia anak (remaja), sehingga anak pun tertarik dan tertantang untuk belajar dan menggeluti serta menekuni suatu kebudayaan.

Radio BBM dapat melakukan kegiatan-kegiatan seperti itu karena adanya kesolidan dalam komunitas tersebut. Tanpa adanya satu bangunan komunitas yang kuat, tidak mungkin dapat menyelenggarakan kegiatan seperti itu. Di situlah mereka berproses, menghargai karya dan menyebarkan apa yang menjadi karya mereka. Sebagai sebuah ikatan sosial, mereka mempunyai ikatan emosional. Satu kepuasan tim dan rasa yang tidak dapat dinilai dengan rupiah.

Berbagai macam kebudayaan Jawa dicoba digali dan dihidupkan lagi di komunitas BBM; misalnya adalah wayang, tari, ketoprak, karawitan dan wayang orang. Semuanya dike-mas dan dikelola menurut keunikannya masing-masing. Misalnya setiap malam satu Suro (tahun baru Islam atau Jawa) diadakan pentas wayang orang, kemudian dicari lagi dari sisi penampilan pentas kesenian yang sudah mulai punah untuk diangkat; misalnya Ketoprak Ongkek. Selain itu diangkat pula ketoprak konvensional dan ketoprak Kartini (seluruh pelakunya adalah ibu-ibu). Satu kemasan yang diharapkan bukan hanya yg tersasar generasi pelaku sekarang, yaitu para ibu, tetapi juga pada anak-anaknya.

Isi siaran (*content*) radio komunitas BBM dan kegiatan BBM saling mendukung dan mengisi. Pentas-pentas kesenian yang dilakukan BBM sering dipancarkan secara langsung melalui radio BBM, misalnya adalah pentas wayang atau ketoprak. Siaran rutinnya pun juga banyak terkait dengan kebudayaan Jawa, mulai dari musik, berbincangan sampai dengan berita. Untuk musik masih menampilkan beragam musik, namun

prosentasi masih banyak terkait dengan Jawa seperti gending, campur saridan langgam. Kita tidak mungkin lari dari suatu kenyataan, yang lagi trend, yaitu campur sari, namun *Moco Pat* juga ditampilkan, dikaji dan dibedah apakah sari pati tembang tersebut.

Radio komunitas BBM juga mempunyai acara Jejak Nusantara hasil kerja sama dengan *Ford Foundation*. Acara ini cukup *regeng* dan mendapat perhatian dari masyarakat komunitas. Acara ini berisi acara kegiatan dari Masyarakat Seni Pertunjukkan Indonesia (MSPI) dari berbagi khasanah seni etnik di Indonesia yang dicoba dikenalkan kepada warga komunitas.

Berdasarkan pemaparan radio komunitas BBM di atas jelas terlihat bagaimana upaya BBM untuk memberdayakan masyarakat dan kebudayaan yang sudah mulai dilupakan masyarakatnya. Baik melalui upaya mandiri atau bekerja sama dengan pihak yang terkait, komunitas BBM berupaya mengingatkan lagi kecintaan terhadap kebudayaan yang pernah dihidupkan oleh generasi sebelumnya. Semangat ini berupaya ditanamkan terhadap generasi muda maupun generasi tua melalui cara-cara yang kreatif. Eksekusinya melalui kegiatan-kegiatan yang ada di Balai Budaya Minomartani (BBM), yaitu tempatnya para pegiat kebudayaan (Jawa) berusaha melastarikan kebudayaan Jawa dengan fasilitas-fasilitas yang sangat memadai seperti; tempat atau lokasi yang luas, perangkat gamelan, perangkat wayang, perangkat tari dan sebagainya.

Radio komunitas lain yang diteliti adalah radio komunitas Lima Cemara yang beralamat di Jalan AM Sangaji 20 Yogyakarta. Radio yang memiliki slogan “*Cinta Damai dan Bersahabat*” tersebut diprakarsai oleh gereja, tepatnya adalah Forum Bersaudara Umat Beriman (FBUB). Oleh karena itu penyiar dan muatannya pun tidak semuanya dari gereja. Sebelumnya kesan eksklusifitas gereja menjadikan masyarakat sekitar takut mendekat. Setelah dilakukan pendekatan maka warga RT pun ikut siaran, bahkan ketika bulan Ramadhan remaja masjid pun menggunakan radio Lima Cemara untuk siaran.

Menurut Bapak Kelik selaku pimpinan di radio Lima Cemara mengatakan bahwa manfaat yang maksimal untuk masyarakat komunitas sekitar belum bisa dilakukan. Radio Lima Cemara hanya

memfasilitasi dan mewadahi kelompok-kelompok yang ingin mensosialisasikan informasi kepada masyarakat, misalnya; kalurahan, Rukun Warga (RW), RT atau kelompok-kelompok hobi tertentu untuk mengaktualisasikan atau memperdengarkan kegiatan atau informasi penting mereka. Contohnya adalah Komunitas Barata selaku pemerhati kali Code yang pernah siaran. Sewaktu melakukan penanggulangan bencana banjir lahar dingin. Kelompok yang berada di Blunyah Gede tersebut langsung terjun ke lokasi mengurus pengungsi, distribusi logistik dan sebagainya. Komunitas Barata menyiarkan langsung kegiatan tersebut melalui radio Lima Cemara.

Radio Lima Cemara masih kesulitan mencari format karena *audience* dalam lingkup komunitas kota yang sangat plural. Hal ini berbeda dengan radio komunitas di desa di mana *audiencenya* jelas, mayoritas masyarakat dapat terlihat jelas, misalnya; petani, peternak, nelayan dan sebagainya. Kalau di desa sasarannya jelas, secara geografis dan kekuatan pancar juga berpengaruh. Orang kota mendengarkan radio sudah kalah dengan media lain.

“....belum bisa seperti radio komunitas di desa-desa. Saya sendiri juga bingung mau seperti apa.... *audience* yang interest dengan acara radio ya itu-itu saja....” (Kelik–Cemara, wawancara tanggal 22 Agustus 2011).

Menanggapi masalah di radio Cemara Lima tersebut, Sumardi selaku ketua JRKY menyatakan bahwa sebenarnya masalah tersebut gampang. Radio Lima Cemara memiliki banyak potensi yang bisa diangkat sehingga tidak perlu kebingungan. Misalnya adalah informasi-informasi di seputar pasar, ada berapa kios? Ada berapa pedagang klitikan? Ada berapa perusahaan? Bagaimana hubungannya dengan masyarakat? Hal ini adalah informasi-informasi yang kadang-kadang tidak disampaikan oleh radio radio komunitas. Sebetulnya tidak ada kesulitan, kita harus melihat diri sendiri baik kelemahan maupun kelebihan. Dibutuhkan kecerdasan dalam pengelolaan radio komunitas. Misalnya cuaca di sekitar kita, bisa ditanyakan pada Badan Meteorologi dan Geofisika (BMG) untuk diinformasikan pada warga komunitas. Radio komunitas akan kesulitan jika bergaya radio *mainstream*, karena tidak mempunyai SDM yang kuat. Radio komunitas harus

menyesuaikan dengan kapasitas masing-masing. Selama ini radio komunitas terjebak dengan kondisi yang ada di masyarakat. Kita mengikuti mobil *Bayerische Motoren Werke* (BMW) padahal kekuatannya sepeda. Mending pakai sepeda tetapi dapat digunakan untuk berkeliling kampung, dapat mengetahui kondisi kampung, apa potensinya, tahu kelebihanannya. Itu yang harus kita munculkan.

Interaksi dengan masyarakat komunitas pun juga tidak terjalin dengan baik, belum ada forum resmi untuk berinteraksi dengan *audience*. Selama ini hanya terjadi sekali pertemuan dengan monitor atau pendengar, yaitu pada peringatan hari ulang tahun radio Lima Cemara yang pertama. Pantauan terhadap aktivitas pendengar hanya sebatas melalui SMS, itu pun hanya pada kalangan yang sangat terbatas. Secara keseluruhan baik pendenga aktif maupun pasif tidak terpantau. Apalagi setelah kegiatan operasional sempat berhenti selama satu tahun karena permasalahan teknis, kontak dengan pendengar semakin hilang. *Audience* gereja sering kumpul-kumpul di sini sehingga bisa langsung menyampaikan aspirasinya mengenai radio.

Radio Cemara Lima tidak menyajikan acara-acara yang sifatnya pemberdayaan masyarakat, misalnya memfasilitasi kerajinan untuk pemuda-pemuda yang belum bekerja. Saat ini baru berkonsentrasi memperbaiki infra struktur agar siaran dapat menjangkau pendengar dengan lebih baik lagi karena selama ini siaran Lima Cemara usah ditangkap. Kelik masih mengharapkan Cemara Lima menjadi radio komunitas yang ideal, yaitu menjadi radio milik komunitas yang memberdayakan komunitas. Setiap radio komunitas di setiap komunitas pasti berbeda sehingga tidak dapat seperti radio nasional. Radio Lima Cemara sendiri bayangannya seperti apa masih sulit dirumuskan karena heterogenitas masyarakat kota, oleh karena itu harus dirumuskan dari bawah agar dapat mengetahui harapan dan keinginan *audience* mengenai format dan isi siaran radio komunitas.

Segmen acara radio Lima Cemara sudah cukup variatif dan mencoba memfasilitasi berbagai segmen *audience*. Segmen pelajar biasanya dijadwalkan antara pukul 17.00-19.00 WIB de-

ngan pengisi siaran pelajar pula. Misalnya acara *Angan-Angan* dan *Forum Sahabat Lima Cemara*. Acara-acara lainnya antara lain adalah; *Talkshow*, *Live Show Music*, *Moco Pat*, *Sepoor* dan Bincang-Bincang.

Acara *Talk Show* biasanya diisi oleh dokter Puskesmas setempat, aktivis Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia (PKBI) Rifka Annisa dan sebagainya. Tema-tema yang diangkat seputar masalah anak-anak *modern* seperti narkoba, pergaulan bebas, penanggulangan *Human Immunodeficiency Virus* (HIV) atau *Acquired Immuno Deficiency Syndrome* (AIDS) dan sebagainya. *Life show*-musik berisikan hiburan musik, *Moco Pat* adalah acara yang berisi kebudayaan Jawa. Acara Bincang-Bincang berbicara masalah sosial, budaya, politik edukasi. Acara *Sepoor* berisikan masalah *life style*. Selain itu selalu ada sosialisasi jika diperlukan misalnya masalah gas LPG, beras miskin (Raskin), Kaminan Kesehatan Masyarakat (Jamkesmas), dan sebagainya.

Paparan mengenai radio komunitas Lima Cemara di atas dapat disimpulkan bahwa radio komunitas tersebut belum dimanfaatkan secara maksimal untuk memberikan aspek pemberdayaan kepada lingkungan komunitas. Radio terkesan jalan begitu saja tanpa memperhatikan respon dari komunitas *audience*. Walaupun kalau dilihat dari judul mata acara sudah variatif, namun tidak ada acara khusus yang baik secara langsung maupun tidak langsung di *treat* untuk *audience* tertentu yang sifatnya adalah pemberdayaan (*empowerment*). Misalnya untuk masyarakat perkotaan salah satu problem yang dihadapi adalah pengangguran. Pertanyaannya adalah bagaimana radio komunitas dapat membantu permasalahan tersebut melalui segmen acaranya, baik atas inisiatif sendiri atau bekerja sama dengan dinas terkait, misalnya dinas tenaga kerja.

Cerita radio Lima Cemara hampir sama dengan radio Informasi Pertanian (Intan) FM di Kecamatan Playen Gunung Kidul. Visi dan misi radio tersebut adalah untuk memberikan informasi-informasi di bidang pertanian, sesuai dengan masyarakat komunitasnya yang sebagian besar bermata pencaharian sebagai petani, jumlahnya mencapai 90 persen. Visi dan misi tersebut sesuai de-

ngan founding perangkat siaran radio, yaitu LSM Lestari Mandiri yang *concern* dengan upaya-upaya mengembalikan kejayaan para petani.

Radio Intan pada awalnya dipelopori oleh para penyuluh pertanian untuk memberikan informasi seputar permasalahan pertanian untuk mengembangkan sektor pertanian di wilayah tersebut. Frekuensi siaran yang berkaitan dengan pertanian bisa antara 3-4 kali seminggu, bahkan bisa mencapai 5-7 kali seminggu; sangat fleksibel bergantung kebutuhan masyarakat dan kesiapan pemateri. Materi-materi yang disajikan bergantung kebutuhan masyarakat dan pertimbangan penyuluh, misalnya; cara pembuatan pupuk organik, cara pembenihan, pemilihan bibit (baik tanaman atau hewan) dan sebagainya. Bagi masyarakat yang masih membutuhkan informasi lebih lengkap lagi bisa langsung mendatangi penyuluh pada kesempatan lain.

Setelah dilepas oleh Lesman, radio Intan FM mengalami penurunan fungsinya sebagai sumber informasi pertanian. Pengelolanya sudah beralih dari para *pinisepuh* ke generasi muda, sehingga acara-acaranya pun bergeser lebih kearah segmen anak muda yang prosentase acaranya yang bersifat hiburan besar. Informasi-informasi penting bagi masyarakat tetap disiarkan, baik melalui penyiar maupun langsung dari pihak yang berkompeten misalnya lurah, camat atau dokter Puskesmas. Informasi-informasi yang disajikan antara lain adalah batas akhir pembayaran Pajak Bumi dan Bangunan (PBB), berita lelayu, kehilangan, lowongan kerja dan sebagainya.

Pada awalnya respon masyarakat sangat bagus. Radio yang mempunyai jam siaran antar jam 15.00-24.00 tersebut banyak didengarkan masyarakat komunitas bersama-sama di pos ronda. Respon masyarakat terhadap siaran hanya dapat disampaikan secara langsung atau melalui telpun atau SMS karena tidak ada formum pendengar. Namun sekarang kondisinya sudah berubah, selain pengelolanya dipegang anak-anak muda, peralatannya pun sudah tidak layak dan sering bermasalah (*trouble*). Peremajaan atau servis peralatan terkendala oleh finansial yang tidak mencukupi, karena masyarakat belum bisa memberikan dukungan kepada radio komunitas. Setelah dilepas Lesman, dana operasional hanya

diperoleh dari pengiklan yang tidak mengikat yang ada di lingkup komunitas, misalnya pemilik warung makan, warung kelontong, pakan ternak, *catering* dan sebagainya. Mereka beriklan dengan imbalan seikhlasnya. Walaupun hal ini sebetulnya bentuk pelanggaran, karena radio komunitas tidak boleh beriklan (komersial) dalam bentuk apapun.

Radio Intan belum berfungsi optimal, apa lagi jika dikaitkan dengan fungsinya sebagai sarana untuk meningkatkan pemberdayaan masyarakat. Pada akhirnya radio Intan lebih condong dalam fungsinya sebagai media hiburan. Peneliti melihat hal ini disebabkan radio tidak didukung komunitas yang kuat sebagaimana halnya radio Lima Cemara. Radio hadir terlebih dahulu sebelum komunitas terbentuk. Bedanya radio Lima Cemara masih bisa berjalan karena dukungan gereja, sementara itu radio Intan tidak ada sumber penghidupan lain setelah dilepas oleh *founding* Lestari Mandiri.

Dalam hal pemberdayaan melalui radio komunitas, radio Swara Kota memiliki wawasan yang berbeda. Menurut Mardiyono, selaku pengelola radio Swara kota mengatakan bahwa “selama ini menjadi pemikiran teman-teman radio komunitas adalah mereka hanya sebagai devisi media saja sehingga jika melakukan pembinaan (misalnya terhadap para pemuda yang masih mengangur di lingkup komunitas itu) akan *overlap* dengan pihak-pihak yang seharusnya bertanggung-jawab atas itu. Media radio komunitas hanya sebagai penyambung saja, misalnya di tempat kita banyak pengangguran, kita sebagai media informasi akan menyampaikan siapa yang bertanggung-jawab atas keadaan ini. Jika ini dilakukan oleh radio Swara Kota, maka akan *overlap*. Seharusnya kita mengerjakan sesuai porsi masing-masing. Radio komunitas hanya menyampaikan kepada pihak yang berwenang. Kalau kita sampai ke sana akan menjadi pekerjaan yang begitu berat bagi media”.

Selama ini, radio Swara Kota juga belum pernah melakukan kerja sama dengan instansi-instansi terkait guna melakukan pembinaan terhadap permasalahan di komunitas, misalnya saja masalah pengangguran. Kerja sama dilakukan dengan komisi-komisi, seperti KPA (melalui JRKY), dengan LSM-LSM dan sebagainya. Keegiatannya dapat seperti *Talk Show*, Iklan Layanan Masyarakat (ILM). Tema-tema yang diangkat

bergantung LSMnya, misalnya masalah buruh, buruh gendong, pembantu rumah tangga (PRT), IRE, AIDS, *ombudsment* swasta dan sebagainya.

Pendengar Swara Kota sudah ada, walaupun penengarnya tidak terpantau secara pasti, karena yang penting media itu rutin. Kalau rutin selalu mengudara, maka akan selalu memiliki pendengar. Pertanyaannya mengapa radio itu tidak didengarkan? Jawabnya karena kadang-kadang siaran dan kadang-kadang tidak sehingga pendengarnya tidak jelas. Kalau siarannya jelas, pendengarnya jelas.

Banyak pihak pula yang ingin dirangkul oleh radio Swara Kota, namun tidak merespon dengan baik. Menurut penjelasan Sumardi, radio Swara Kota selalu memberi waktu kepada semua pihak (Puskesmas, kalurahan, karang taruna, Posyandu dan sebagainya...), namun sampai sekarang tidak jalan. Hal ini adalah persoalan, mereka diberi kesempatan tetapi tidak jalan, mereka tidak menyadari telah berorientasi pada dunia luar sehingga dunia dirinya tidak diperhatikan. Untuk kelurahan jam berapa pun akan diberikan waktu, bahkan di sela-sela acara inti pun bisa untuk dimasuki, tetapi orang kalurahan yang tidak mau dengan alasan tidak memiliki bahan.

Radio komunitas harus ada *link and match* untuk saling melengkapi. Kadang-kadang radio komunitas menjadi cemoohan karena gayanya yang tidak seperti radio *mainstream*. Para penyiarinya tidak dibayar tetapi ada loyalitas, makanya radio Swara Kota tidak memunculkan penyiar, tetapi yang dimunculkan adalah program. Penyiar menjadi nomor sekian, yang penting programnya yang bisa diisi oleh siapa saja. Berbeda dengan radio *mainstream*, radio komunitas yang penting programnya jalan. Siapa pun dapat mengisi program tersebut. Radio *mainstream* penyiar penting untuk menggaet pendengar, sedangkan di radio komunitas penyiar dapat berganti-ganti dan gaya yang berbeda-beda yang penting program jalan. Radio komunitas tidak bisa diatur sebagaimana radio *mainstream*. Radio komunitas bersifat unik. Secara prosedural sama dengan radio *mainstream* karena radio harus siaran terus, tetapi yang paling baku adalah bagaimana kemudian saat radio komunitas berpe-rang program dengan radio *mainstream* apa yang

mau kita bidik. Radio komunitas sudah kalah segala-galanya dengan radio *mainstream*. Maka yang bisa dilakukan radio komunitas adalah mempelajari kondisi masyarakat untuk membuat program.

Terdapat dua hal yang harus dipertimbangan radio komunitas, yaitu : *Pertama*, radio komunitas di Jogja berbeda dengan radio komunitas di Kalimantan, Sulawesi atau Papua. Wilayah Jogjakarta ini untuk mendapatkan informasi sudah tidak sulit, sehingga perbedaannya cukup jauh sekali. Kalau seseorang mendengarkan radio komunitas, apa manfaatnya sekarang? Ketika Ia juga dapat menonton TV One, Metro TV dan sebagainya.

Kedua, informasi di tingkat lokal harus menjadi sajian utama radio komunitas. Ini yang membedakan dengan informasi di media (radio) *mainstream*. Ini adalah kekuatan radio komunitas. ...”kalau rakom dapat memunculkan kemampuan lokal, oh kemarin ada tetangga saya yang *padu*. Ini bisa menjadi berita, ada persoalan apa ya...di masyarakatku ada sekian ratus sepeda motor, sekian ribu sepeda. Ini menjadi informasi yang penting, informasi golongan darah. Masyarakat tahu informasi luar tetapi tidak mengetahui informasi dalam. Ini yang harus digali rakom, kalau itu bisa digali baik sekali. Berapa jumlah warga RT, ini menjadi kekuatan yang belum digali warga komunitas, kalau itu sudah dilakukan, sebenarnya itulah informasi yang dibutuhkan. Informasi global sudah jelas, Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) menangkap siapa, tahu !!! Tapi bagaimana korupsi di tingkat RT. Ini yang harus dikelola rakom...”(Wawancara dengan Mardiyono, pengelola radio Swara Kota, tanggal 11 November 2011).

Kebanyakan radio komunitas mengalami beberapa masalah, yaitu; masalah rutinitas siaran, masalah SDM dan masalah fleksibilitas. Masalah pertama disebabkan penyiar atau pengelola yang bersifat sekarela dengan kesibukannya masing-masing menjadikan siaran menjadi fakum dan akhirnya hanya diisi dengan hiburan musik secara nonstop. Menurut Mardiyono, idealnya sebenarnya radio komunitas tidak boleh sampai seperti itu, kalau kita melihat sejarah radio komunitas se-

benarnya Ia dibutuhkan, menjadi kebutuhan dan keinginan. Radio komunitas menjadi satu kebersamaan komunikasi yang dibangun di mana sejarahnya mereka harus bersama-sama membangun radio komunitas. Satu ikatan emosi; ada yang memiliki potensi ekonomi, waktu luang dan sebagainya sehingga bisa mengudara. Peluang-peluang itulah yang harus diutamakan sehingga tidak muncul hal-hal seperti itu. Kalau hal ini sudah terbangun maka tidak ada lagi persoalan karena sudah ada yang *membackup*. Penyiar sudah ada karena merupakan bagian kekuatan dari komunitas. Masalah waktu dan program dapat dibentuk bersama-sama karena menjadi bagian dari masyarakat komunitas itu sendiri, tetapi hal seperti itu tidak muncul dari komunitas. Media *mainstream* masih dijadikan acuan radio komunitas dengan pola-pola hiburan. Hal ini yang harus dirubah. Informasi dan pendidikan harus menjadi pokok. Bagaimana ini mengemasnya, kemudian programlah yang menjadi pokok utama.

Masalah kedua, yaitu masalah SDM. Kasusnya banyak radio komunitas yang dibina atau difasilitasi oleh LSM, dimana SDM atau kemampuan belum siap tetapi sudah disiapkan operasionalnya, sehingga ketika saatnya dilepas oleh LSM pembinanya maka program siaran menjadi menurun. Contohnya adalah kasus Intan FM.

Masalah ketiga adalah masalah fleksibilitas. Banyak radio komunitas terjebak karena kondisi internalnya yang belum memadai, oleh karena itu radio komunitas harus selalu bermutualisma dengan siapa pun, terutama dalam lingkup komunitas. Radio komunitas harus dapat beradaptasi dengan masyarakat, kalau memang kondisi masyarakat berbalik, maka kita juga harus berubah. Radio komunitas harus menjadi sebuah media yang tidak kaku, tetapi adaptif dengan kondisi yang ada di masyarakat.

Radio komunitas harus belajar pada diri sendiri dan jangan mudah merengek. Radio komunitas mempunyai potensi yang harus dikembangkan sendiri. Orang lain hanya memberikan masukan dan saran, tetapi baju kita yang harus kita kembangkan sendiri. Potensi radio komunitas sangat kuat dan besar, yang ada di desa mempunyai potensi desa, yang ada di warga mempunyai poten-

si warga, yang ada di kampus mempunyai potensi kampus. Kita berharap belajar pada diri sendiri untuk berkembang lebih luas. Radio komunitas harus melihat potensi sendiri dan diinformasikan kepada warga komunitas. Radio komunitas tidak akan mati selama dapat memahami dirinya sendiri, tetapi kalau memandang yang lebih luas atau besar maka tidak akan dapat berbuat apa-apa karena itu bukan wilayah radio komunitas.

Berdasarkan paparan hasil penelitian di atas, dapat dianalisa bahwa radio komunitas sebenarnya sangat ideal sekali dijadikan media sarana pemberdayaan masyarakat lokal yang unik dan spesifik. Tampaknya terjadi permasalahan dalam pengelolaannya sehingga radio komunitas terjebak sebagaimana radio *mainstream* (komersial). Berdasarkan pada sejarahnya radio komunitas sudah bagus karena bertujuan untuk menyeimbangi radio *mainstream* yang selama ini lebih banyak ke bentuk-bentuk hiburan. Radio komunitas mengambil celah tersebut, tetapi nampaknya radio komunitas mengambil gaya-gaya radio *mainstream* sehingga pesan-pesan sebagai radio komunitas tidak pernah tersampaikan. Pada hal isu-isu di komunitas lokalnya di wilayah sendiri yang harus digali, yang harus dimunculkan selain lagu-lagu sebagai bentuk hiburan. Visi dari radio komunitas adalah pendidikan, informasi dan hiburan, tapi hal ini terbalik dan menjadi penyakit dari radio komunitas. Hiburan menjadi gejala di mana radio komunitas menempatkannya sebagai menu pokok utama, pada hal hiburan sebagai bagian untuk mengemas atau tambah saja. Informasi lokal atau pendidikan lokal harus menjadi kekuatan yang paling utama untuk dimunculkan, bukannya mengikuti gaya-gaya di radio *mainstream*.

Pandangan yang menyebutkan bahwa *audience* media massa tidak dapat lagi dipandang sebagai populasi besar yang dapat disatukan oleh pesan media. Kebutuhan *audience* semakin beragam dalam komunitas-komunitas kecil (*mass society versus community*) (Littlejohn, 1996:335), hanya berlaku dalam konteks tertentu. Konteks di mana kesadaran masyarakat akan informasi sudah menjadi kebutuhan yang didukung dengan tingginya tingkat pendidikan, wawasan dan pengetahuan. Konteks masyarakat dalam penelitian ini belum mendukung hal tersebut sehingga kebe-

radaan radio (media) komunitas belum dapat berfungsi maksimal sesuai dengan proporsi fungsi radio komunitas.

Media memang cenderung memenuhi kebutuhan-kebutuhan informasi *mass society* yang lebih menguntungkan industri media. Akibatnya banyak kepentingan atau kebutuhan informasi masyarakat *community* tidak terpenuhi oleh media yang ada. Potter (2004:3) menyebutkan bahwa dewasa ini, problem mendapatkan akses informasi menjadi masalah yang penting dalam kehidupan. *Elite* yang memiliki tingkat pendidikan dan kesejahteraan yang tinggi dapat memperoleh informasi yang mereka butuhkan sehingga semakin mapan (*powerful*), sementara itu mayoritas masyarakat dalam keadaan sebaliknya.

Baran dan Davis (2000:12-13) juga menegaskan bahwa industri media telah memasuki era *mass society* dan *mass culture*. Hal ini ditandai oleh media yang mulai meruntuhkan pranata sosial tradisional secara bertahap dan mengantikannya dengan yang baru karena revolusi industri yang telah merubah kebutuhan-kebutuhan *elite* yang memiliki *power* secara ekonomi. Akibatnya media sibuk memenuhi kebutuhan *elite* tersebut yang lebih menjanjikan keuntungan secara finansial, sehingga kebutuhan informasi komunitas-komunitas *nonelite* terabaikan.

Mengacu pada pendapat Potter (2004) serta Baran dan Davis (2000) di atas seharusnya radio (media) komunitas betul-betul dapat dijadikan media alternatif bagi warga komunitas. Kebutuhan alternatif yang paling utama bagi masyarakat adalah pemberdayaan (*empowerment*) informasi, di mana dengan informasi tersebut diharapkan dapat merubah atau menambah pengetahuan warga komunitas. Kondisi masyarakat sangat menentukan sekali antusiasme masyarakat terhadap media komunitas. Kebanyakan warga komunitas kurang memiliki kepedulian terhadap informasi dan motivasi yang kurang untuk mengembangkan potensi ada secara mandiri, oleh karena itu dalam memaksimalkan peran media komunitas dibutuhkan seorang pemuka pendapat (*motivator*) sebagai penggerak.

Simpulan

Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan; (a) Peran radio komunitas sebagai media siaran alternatif untuk pemberdayaan masyarakat lokal di Yogyakarta belum maksimal disebabkan antusiasme masyarakat lokal sendiri yang masih kurang untuk memanfaatkannya. Cerminannya adalah peran aktif kelompok monitor (pendengar aktif) dalam rutinitas operasional radio komunitas. Radio komunitas yang didukung aktif oleh kelompok monitor yang dapat memberikan peran pemberdayaan bagi warga komunitasnya. Aktif dalam hal menjaga rutinitas operasional siaran, menggali potensi dan masalah yang dihadapi warga komunitas dan mencari solusi permasalahan yang dihadapi warga komunitas; (b) Format radio komunitas dalam peranannya sebagai media siaran alternatif untuk pemberdayaan masyarakat lokal masih belum fokus pada format radio komunitas yang berbasis potensi lokal. Radio komunitas harus bisa memberikan nilai (*value*) kepada *audience*-nya dibandingkan jika mereka mengakses radio *mainstream*, apalagi terpaan media *mainstream* di wilayah Yogyakarta sudah cukup banyak dan variatif. Kebanyakan radio komunitas mengambil gaya-gaya (format) radio *mainstream* sehingga pesan-pesan sebagai radio komunitas tidak pernah tersampaikan; (c) Radio komunitas dijadikan media siaran alternatif untuk pemberdayaan masyarakat lokal di Yogyakarta karena media radio (media) *mainstream* yang berorientasi pada profit tidak bisa memfasilitasi kepentingan lokal yang bersifat unik dan spesifik. Media *mainstream* selalu mengedepankan isu, peristiwa maupun tokoh yang besar yang memiliki nilai jual yang tinggi. Sementara itu kepentingan komunitas lokal adalah sesuatu yang dekat dengan kebutuhan, nilai dan permasalahan di tingkat lokal; (d) Hasil dari pemanfaatan radio komunitas sebagai media alternatif untuk sarana pemberdayaan masyarakat lokal di Yogyakarta belum maksimal karena pemanfaatan radio komunitas untuk kepentingan tersebut juga belum maksimal karena berbagai keterbatasan. Hasil positif dapat dirasakan bagi

radio komunitas yang fokus dan total dalam pengelolaannya, namun jumlahnya sangat sedikit; (e) Terdapat faktor-faktor pendukung dan penghambat pemanfaatan radio komunitas sebagai media alternatif untuk pemberdayaan masyarakat lokal di Yogyakarta. Faktor-faktor pendukungnya adalah; pertama, sifat media radio yang murah, praktis dan permisif. Kedua, pengelolaan radio komunitas yang bersifat non komersial. Ketiga, berpotensi mengangkat segala potensi lokal secara maksimal. Sedangkan faktor-faktor penghambatnya adalah; Pertama, kekurangan SDM yang berkualitas karena sifatnya yang bersifat suka rela dan terpancang dengan masing-masing aktivitas pengelola. Kedua, tidak akan bisa berjalan tanpa dukungan aktif dari warga komunitas (kelompok monitor). Ketiga, radio komunitas kurang cermat dalam menggali potensi-potensi atau informasi-informasi lokal yang menjadikan ciri khas radio komunitas.

Daftar Pustaka

- Ali Azis, Muhammad, 2005, *Pendekatan Sosio Kultural dalam Pemberdayaan Masyarakat*, dalam Model-Model Pemberdayaan Masyarakat, editor Rr. Suhartini dkk, Pustaka Pesantren, Yogyakarta
- Arsyad, Lincoln, Satriawan, Elan, Handoyo Mulyo, Jangkung, Fitradhy, Ardyanto, 2011, *Strategi Pembangunan Perdesaan Berbasis Lokal*, STIM YKPN Yogyakarta, Yogyakarta
- Baran, Stanley J and Davis, Dennis K., 2000, *Mass Communication Theory: Foundation, Ferment and Future*, Wadsworth, Canada .
- Crisell, Andrew, 1994, *Understanding Radio*, Roudledge, New York.
- Denzin, Norman K dan Lincoln, Yvonna, 1994, *Handbook of Qualitative Research*, Sage Publications, London.
- Gazali E, D Haenens L, Menayan V, Hidayat DN., 2003, A Middle Group for Public and Community Broadcasting in Indonesia, *The European Journal of Communication Research*, Volume 28, Number 4, December 2003.
- Hikmat, Harry, 2010, *Strategi Pemberdayaan Masyarakat*, Humaniora Pustaka Utama, Bandung.
- Isbandi, 2006, Eksistensi dan Peran Radio Komunitas dalam Mendukung Proses Demokratisasi dan Pemberdayaan Masyarakat, *Jurnal Ilmu Komunikasi* Volume 4 Nomor 1, Januari-April 2006.
- Kompas, edisi 28 September 2011.
- Lincoln, Yvonna S and Guba, Egon G, 1985, *Naturalistic Inquiry*, Sage Publication, Beverly Hill.
- Littlejohn, Stephen W., 1999, *Theories of Human Communication*, sixth edition, Wadsworth Publishing Company, California .
- Neuman, W. Lawrence, 2000, *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*, fourth edition, Allyn and Bacon, Boston .
- Rr Suhartini, A. Halim, Imam Khambali, Abd Basyid, 2005, *Model-Model Pemberdayaan Masyarakat*, Pustaka Pesantren, Yogyakarta.
- Soetomo, 2011, *Pemberdayaan Masyarakat*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Potter, W. James, 2004, *Theory of Media Literacy: A Cognitive Approach*, Sage Publication, London.
- Sutopo, HB., 2002, *Metode Penelitian Kualitatif*, UNS PRESS, Surakarta .